

# **ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA, O.P.S.**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R087 Podniková ekonomika a management obchodu

## **Analýza rizikových aspektů logistiky z Číny do České republiky**

**Jan ROHAN**

Vedoucí práce: Ing. Roman Maroušek, Ph.D.

*Tento list vyjměte a nahradte zadáním bakalářské práce*

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury pod odborným vedením vedoucího práce.

Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a v práci jsem neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Mladé Boleslavi dne 20. 3. 15

*Vlastnoruční podpis*

Děkuji panu Ing. Romanu Marouškovi, Ph.D. za odborné vedení bakalářské práce, poskytování rad a informačních podkladů.

## Obsah

Úvod .....	7
1 Úvod do problematiky obchodní logistiky přepravy zboží z Číny .....	8
1.1 Právní forma .....	9
1.2 Právní povinnosti společnosti .....	13
1.3 Výběr dodavatele .....	15
1.4 Platba .....	16
1.5 Přeprava .....	17
2 Praktická část, případová studie firmy E-lektron s.r.o. ....	20
Seznámení s podnikem E-lektron s.r.o. ....	20
2.1 Hledání správného dodavatele .....	21
2.2 Vyjednávání o ceně .....	22
2.3 Bezpečnost komunikace a plateb .....	23
2.4 Skladování, zásoby, správné balení .....	24
2.5 Udržení kvality .....	25
Závěr .....	26

## Seznam použitých zkratek a symbolů

**CLO** – celní poplatek

**CE certifikát** – Communautés Européennes, uvolnění produktu do oběhu v EU

**CZK** – měnová jednotka České republiky, také označována „Kč“ – Koruna česká

**Dát do nákladů** – zahrnout do firemních nákladů v účetním pojetí

**DIČ** – daňové identifikační číslo

**DPH** – daň z přidané hodnoty

**EORI** – číslo sloužící ke komunikaci s celními orgány ve všech zemích EU

**EU** – Evropská unie

**Firma** – zde ve stejném smyslu jako podnik, společnost, obchodní společnost

**Incoterms** – International Commercial Terms, obchodní doložky

**JSD** – jednotný správní doklad

**OSVČ** – osoba samostatně výdělečně činná

**Prodejce** – zde ve stejném smyslu jako dovozce zboží

**Přepravce** - subjekt zajišťující přepravu zboží do místa určení

**RoHS** – Restriction of Hazardous Substances, Evropská směrnice

**T1** – doklad pro společný režim tranzitu

**Taric CZ** – aplikace Celní správy ČR pro výpočet cla

**USD** – Americký dolar, měna Spojených států amerických

€ – symbol měny Euro

\$ – symbol měny Amerického dolaru

## Úvod

Tato práce vznikla za účelem popsat zkušenosti nabyté za dobu praxe v logistickém procesu mezi Čínou a Českou republikou. Práce obsahuje faktické stránky přepravy a upozorňuje na nejběžnější rizika, která při tomto procesu nastávají. Cílem je rozebrat dílčí kroky od vytvoření samotné objednávky až po její vyskladnění ve firmě. V tomto procesu vzniká prostor pro možné chyby, na které bych chtěl touto formou upozornit a zároveň navrhnout opatření pro jejich eliminaci.

Tato práce by měla být přínosem pro každého, kdo zboží z Číny nikdy neobjednával a uvažoval o této možnosti. Práce poskytuje pohled na dovoz nově vznikající firmy, přesto je zde uvedeno i pár informací pro různé zákazníky, od běžného občana až po velkou firmu.

V teoretické části je rozepsán proces do jednotlivých kroků a upozorňuje na hlavní aspekty, které při dovozu vyvstávají.

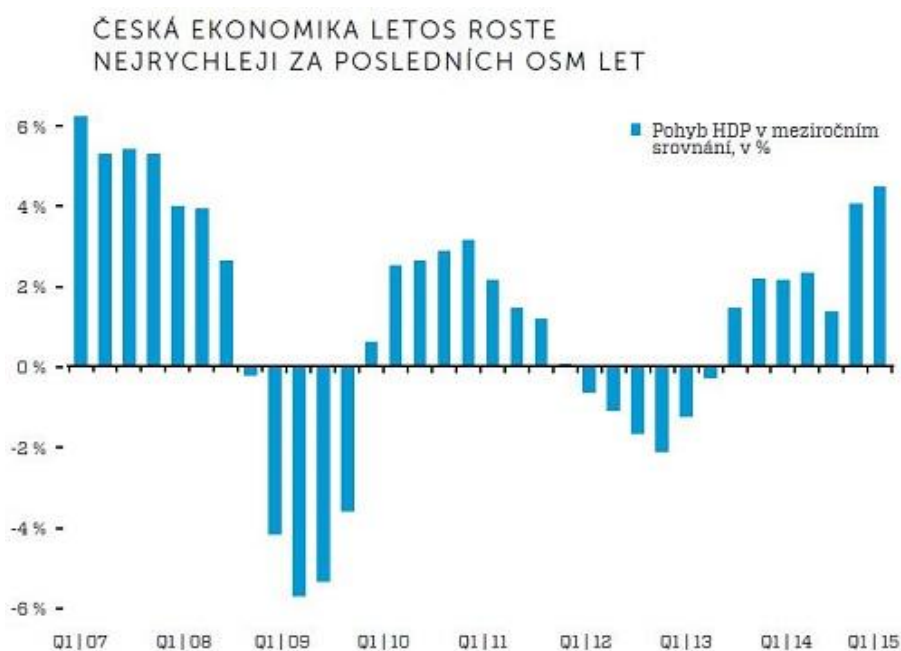
V praktické části se práce věnuje případové studii nového podniku, který řeší rizika spojená s dovozem. Tato studie je doplněna o doporučení jak možným hrozbám předcházet.

Veškerá popisovaná rizika vycházejí z praxe, popisované úkony byly skutečně řešeny. V této práci nelze obsáhnout všechny podněty, jejím smyslem je rozfázovat projekt do jednotlivých etap. To nám umožní si hrozby uvědomit, měřit, předcházet jim a minimalizovat jejich dopad.

# 1 Úvod do problematiky obchodní logistiky přepravy zboží z Číny

Tato práce vznikala v průběhu roku 2015 a reflektuje aktuální vlivy politického dění ve světě.

Stav ke dni 15. 4. 2015 je následující - Evropská unie provádí politiku sankcí vůči Rusku. Měřeno reálným HDP si Česká republika v prvním čtvrtletí polepšila o 4 %. Ve druhém čtvrtletí růst pokračoval na 4,4 %. Ekonomika zdravě rostla.



Zdroj: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zahranicni-obchod-opet-miri-k-rekordu-70231.html>

## **Obr. 1 Pohyb HDP ČR v meziročním srovnání**

Česká národní banka uměle oslabuje naši měnu. Směnný kurz vůči Euru (€) i Dolaru (\$) je vysoký, měnová politika tedy spíše podporuje export českých výrobků do zahraničí.

Tato práce je zaměřená na dovoz zboží z Číny, vyplatí se tedy vůbec?

Následující tabulka ukazuje teritoriální strukturu zahraničního obchodu ČR za leden až září 2015. U Číny je patrný růst dovozu i vývozu, přesto dovoz ve značné míře převyšuje.



**Tab. I Teritoriální struktura zahraničního obchodu ČR za leden – září 2015**

	OBRAT					VÝVOZ					DOVOZ					BILANCE	
	1-9/2014		1-9/2015		index 15/14	1-9/2014		1-9/2015		index 15/14	1-9/2014		1-9/2015		index 15/14	1-9/14	1-9/15
	mil.Kč	%	mil.Kč	%		mil.Kč	%	mil.Kč	%		mil.Kč	%	mil.Kč	%		mil.Kč	mil.Kč
<b>Celkový zahraniční obchod ČR</b>	<b>5 043 552</b>	<b>100,0</b>	<b>5 381 978</b>	<b>100,0</b>	<b>106,7</b>	<b>2 688 966</b>	<b>100,0</b>	<b>2 862 613</b>	<b>100,0</b>	<b>106,5</b>	<b>2 354 586</b>	<b>100,0</b>	<b>2 519 366</b>	<b>100,0</b>	<b>107,0</b>	<b>334 380</b>	<b>343 248</b>
Státy EU 28	3 773 959	74,8	4 036 517	75,0	107,0	2 212 436	82,3	2 378 825	83,1	107,5	1 561 523	66,3	1 657 692	65,8	106,2	650 913	721 133
USA	117 627	2,3	130 363	2,4	110,8	59 029	2,2	70 060	2,4	118,7	58 598	2,5	60 303	2,4	102,9	431	9 757
Rusko	185 385	3,7	138 449	2,6	74,7	85 736	3,2	57 896	2,0	67,5	99 649	4,2	80 553	3,2	80,8	-13 913	-22 657
Čína	286 098	5,7	347 452	6,5	121,4	30 638	1,1	34 065	1,2	111,2	255 460	10,8	313 387	12,4	122,7	-224 822	-279 322

Zdroj: *Ministerstvo průmyslu a obchodu: Zahraniční obchod, Tabulky 1 - 9 / 2015* [online].  
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument144563.html>

## 1.1 Právní forma

Právní forma je základní stav, ze kterého se při dovozu zboží vychází. Má vliv na placení daní a jiné úkony, které ukládá český zákon. Základními subjekty na trhu pro tuto práci jsou **společnosti** (s.r.o., a.s.), **živnostníci** (OSVČ) a **občani**.

Z právního hlediska je nutné mít vztahy mezi státem a dovozcem oficiálně zajištěné. Odlišné je především provádění plateb, placení cla, DPH, ekologických poplatků atp.

Zboží do ČR mohou tedy dovézt jako **občan**, **podnikatel** nebo jako **společnost**.

Vzhledem k rozsáhlosti problematiky se práce zaměřuje na případy opakovaného obchodování za účelem dosažení zisku. Jednorázové nakupování je zde jen pro doplnění.

## **Občan**

Je zde myšlen jako subjekt, který chce zboží dovést za účelem své vlastní potřeby bez nutnosti smýšlení o dalším prodeji. Takové případy jsou běžné, neboť čínské e-shopy lákají na atraktivní ceny elektroniky a zboží menších objemů. Navíc mají většinou dobře propracovanou podporu prodeje ve formě slevových kuponů, nabízejí on-line podporu pro zvyšování důvěry v opakované nakupování. Přibývá lidí, kteří zkušenost s nákupem mají. Proto je zde uvedeno pár limitů, které je třeba při objednávce respektovat.

- Do 22€ hodnoty zásilky se neplatí clo ani DPH.
- Zásilky mezi 22€ a 150€ se platí jen DPH.
- Nad 150€ hodnoty zásilky je povinnost platby cla i DPH.

Zdroj: *Celní správa ČR: Předpisy EU* [online]. Dostupné z:

<http://www.celnisprava.cz/cz/clo/legislativa/Stranky/legislativa-zakladni-informace.aspx>

**Hodnota zásilky** je cena uvedená na hodnověrném dokladu včetně dopravních nákladů přepočtená dle přepočítacího kurzu na Kč.

Zdroj: *Celní správa ČR: Odbavování poštovních zásilek* [online]. [cit. 2015-11-29]. Dostupné z:

<http://www.celnisprava.cz/cz/clo/odbavovani-postovnich-zasilek/Stranky/default.aspx>

**Platba cla a DPH:** Pokud uvedená hodnota přesáhne stanovené limity, hlavní celní úřad vyrozumí dovozce o výši platby cla a DPH, které dovozce zaplatí při převzetí zásilky. K této částce mohou být připočteny náklady spojené s celním řízením vedené přepravcem. Dovozci vzniká povinnost platit clo a DPH nad stanovené limity.

## **Podnikatel**

Ve smyslu osoby podnikající na základě platného živnostenského oprávnění, OSVČ, dovážející zboží za účelem dalšího prodeje.

Podnikatel dle zákona je ten, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem

se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.

Zdroj: *Nový občanský zákoník 2014*. s. 50. ISBN 978-80-7208-920-8.

Podnikatel - člověk podnikající svým jménem - se liší od firmy v placení daní. Především rozdílnou sazbou daně z příjmu a povinností platit DPH. Tato povinnost vzniká buď dobrovolným přihlášením subjektu k plátcovství DPH nebo překročením limitu ročního obrátu nad 1 milion korun. Začínající podnikatel nemusí být plátcem DPH, což má v praxi vliv na tvorbu cen.

**Základní sazba DPH** činí 21 % a uplatňuje se u naprosté většiny zboží a služeb.

Např. tiskárny, žárovky, traktory.

**První snížená sazba DPH** činí 15 % a uplatňuje se na teplo, chlad a zboží uvedené v příloze 3 zákona o DPH a na služby uvedené v příloze 2 tamtéž.

Např. rostliny, knihy, letáky, dětské sedačky.

**Druhá snížená sazba DPH** činí 10 % a je platná od roku 2015. Uplatňuje se na položky uvedené v příloze 3a zákona o DPH.

Např. mlýnské výrobky, očkovací látky, tištěné knihy.

Neplátcí DPH mohou narazit na potíže při prodeji zboží do jiného podniku za účelem dalšího prodeje. Každý podnik platící DPH má ze zákona možnost si tuto sazbu při nákupu od jiné plátcovské firmy odečíst, respektive mu bude vrácena finančním úřadem. Pokud tedy živnostník není plátcem DPH, jeho produkt je pro podnik relativně dražší, protože si sazbu DPH nemůže odečíst, tzv. dát do nákladů.

**Platba cla a DPH:** Neplátce i plátce zaplatí clo a poplatky za celní řízení při převzetí zásilky. Neplátce zaplatí DPH vyčíslené z nákupní ceny při převzetí zásilky. Plátce DPH platí až po vystavení faktury za prodané zboží, kde je částka DPH samostatně vyčíslena.

## **Podnik, firma, obchodní společnost**

Je právnická osoba obvykle založená za účelem podnikání více osob nebo ve větším rozsahu. Podnik je zde míněn ve smyslu právnické osoby jednající jménem firmy, sdružení, družstva, podniku, evropského společenství a podobně. V ČR je nejčastěji zastoupená společností s ručením omezeným (s.r.o., spol. s r.o.) nebo akciovou společností (a.s.).

Firma má ze zákona povinnost platit DPH. Předpokládá se dovoz většího objemu za účelem dalšího obchodování a dosažení zisku. Povinností je platba cla celnímu úřadu. Proclení zásilky také ve svých službách mnohdy nabízí přepravní společnosti. Pro komunikaci s celním úřadem se udává tzv. číslo EORI, které je u právnických osob shodné s číslem DIČ.

**EORI** číslo slouží jako jedinečný identifikátor pro styk s orgány celní správy ve všech členských státech Evropská unie. EORI číslo může být přiděleno pouze hospodářskému subjektu s právní subjektivitou. O přidělení EORI čísla si hospodářský subjekt požádá v členském státě Evropská unie, v němž má své sídlo. V České republice jsou EORI čísla přidělována na celních úřadech.

Zdroj: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/e-customs/eori/Stranky/default.aspx>

**Platba cla a DPH:** V případě zastoupení přepravcem dovozce obdrží doklad s vyčíslenou hodnotou celního poplatku a služeb s proclením spojené. Samostatné clenění na spedici je obdobné. Platba DPH je odvedena v prodejní ceně produktu. Plátce si může vybrat **měsíční** nebo **čtvrtletní daňovou povinnost**.

**Přímé zastoupení** je určeno pro jednorázové odbavení zásilky, kdy systém vygeneruje unikátní EORI číslo pro clenou zásilku. Tento doklad není dále daňově uznatelný.

**Nepřímé zastoupení** je určeno pro opakované dovozy firem za elektronické komunikace pod firemním číslem EORI.

## 1.2 Právní povinnosti společnosti

### Doložky – Incoterms

INCOTERMS (International Commercial Terms) – mezinárodní podmínky platné pro přepravu zboží, které vytváří Mezinárodní obchodní komora (International Chamber of Commerce – ICC).

Jedná se o soubor mezinárodních pravidel používaných obchodních doložek v mezinárodním obchodě. Soubor mezinárodních pravidel, kterými se obě strany řídí, pro usnadnění obchodování z pohledu odpovědnosti a stanovení povinnosti mezi výrobcí, prodejci, přepravci, dovozci atp.

Od roku 2011 je nově 11 doložek namísto původních 13. Zde jsou uvedeny: EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP, DDP, FAS, FOB, CFR, CIF.

Toto aktuální vydání představuje větší a hlubší propracovanost jednotlivých pravidel, některá pravidla ruší (DAF, DES, DEQ a DDU) a zavádí dvě nová (DAT a DAP).

Zdroj: Pravidla INCOTERMS 2010: Zdroj: Mezinárodní obchodní komora ČR. [online]. Dostupné z:<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prezentace-incoterms-2010-27735.html#>

### Kurz a vliv jeho pohybu na obchod

Kurzová politika je závislá na mnoha faktorech, zejména pak na činnosti České národní banky, která určuje monetární politiku země. Řízení kurzu je pro ekonomiku zdravé, vždy však pomáhá buď vývozci, nebo dovozci. Tímto má stát možnost regulovat objemy dovozu a vývozu.

Pro dovozce je vhodný co nejnižší směnný kurz. Co nejméně jednotek české měny vyměnit za jednoty cizí měny. Pro obchod s Čínou se používá měna USD – americké dolary. Pokud je kurz vysoký, přestává se dovoz vyplácet, zdražují se ceny.

Naopak tato situace pomáhá vývozu do zahraničí, kdy výrobci při směně zboží za cizí měnu dostanou po proměně na CZK více. Kurz je třeba zaznamenávat v delším období. Má vliv na konkurenceschopnost a prodejní cenu.

Kurz ke dni 24. 3. 2014 byl 19.905 CZK/USD

Kurz ke dni 23. 3. 2015 byl 25,500 CZK/USD



Zdroj: Graf vývoje kurzu USD/CZK: interval 24. 3. 2014-23. 3. 2015. [online]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/kurzy-men/grafy/CZK-USD/>

### **Obr. II Graf vývoje kurzu USD/CZK**

Kurz činí rozdíl v nárůstu přibližně o 26 %. V praxi to pro dovozce znamená růst nákladů, pokles zisku nebo zdražení. Kurz má podstatný vliv na tvorbu ceny. Tvorba ceny je složitý proces a reflektuje dlouhodobou konkurenceschopnost podniku.

## **DPH**

Povinnost platit daň z přidané hodnoty je dána platnými zákony ČR. Při placení DPH se daň odvádí až s prodaným zbožím – DPH je vyčísleno samostatně na vystavené faktuře. To je pro firmu výhodné, protože jí neváže finance dříve, než se zboží skutečně prodá.

## **Clo a celní řízení**

Platba cla se vztahuje na většinu položek dovážených do země. Celní systém je se systémem finančního úřadu propojen. Dovozce na požádání celního úřadu doloží údaje o nákupu zboží. Jedná se například o tranzitní dokument T1, hodnověrný doklad o platbě doložitelný výpisem z účtu, případně různá prohlášení. Celní řízení obvykle netrvá déle než 2 dny.

**Výše cla:** Pro stanovení výše cla se používá systém Taric CZ, který je k nalezení na stránkách celní správy. <http://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/taric-cz.aspx>. Může být 0 % např. u vybraných zemědělských produktů, nebo 13 % u specializované elektroniky. Z pohledu dovozce se jedná o náklad, který má vliv na konečnou cenu produktu. Neznalost výše cla dokáže nákup dovozo­vého zboží značně ovlivnit.

Letecky se zboží přepravuje pomocí kurýrních firem, jako jsou DHL, TNT, UPS, Fedex atp., nebo nekurýrní zásilky Air cargo typu door to door, door-airport, airport-airport, sběrné služby. Rozdíl je v rychlosti přepravy od dnů až po týdny. Přepravní firmy nabízejí možnost proclení formou jednotného správního dokladu značeného JSD. Dovo­zce má možnost nechat vystavit tranzitní doklad T1 a docílit zásilku sám. Služba JSD je zpoplatněna a její cena se pohybuje okolo 500Kč.

**EX1** – vývozní doprovodný doklad, slouží pro export zásilky do zahraničí

**T1** – doklad pro společný režim tranzitu, tzv. tranzitní doklad

**JSD** – jednotný správní doklad

### 1.3 Výběr dodavatele

Výběr správného dodavatele z čínského trhu je při snaze vytvořit dlouhodobě stabilní a výdělečný obchod komplikovaný úkol. Zejména z těchto důvodů:

- Čínský trh je ráj internetových hackerů. Je nutné dávat pozor, kdo je na druhé straně internetové komunikace a komu jsou poskytovány citlivé informace.
- Další riziko je dlouhodobě udržitelná kvalita nakupovaných produktů a služeb.

Dohoda o zálohové platbě podléhá individuální domluvě. Závisí na objemu zásilky, typu zboží, délce spolupráce, důvěře atp.

### **Výběr dodavatele prostřednictvím internetu**

Pro menší podniky a začínající podnikatele se nabízí možnost využití stránek, které sdružují čínské výrobce a distributory. Mezi nejznámější patří alibaba.com a made-in-china.com. Aktivní vyhledávání a prověřování dodavatelů je časově náročné. Lépe je poptat více dodavatelů a jejich služby/produkty vyzkoušet. Komunikace z čínské strany bývá pružná. Mimo psanou komunikaci je vhodné s dodavateli aktivně komunikovat i po telefonu, skypu, viberu atp. Vždy platí pravidlo mít více dodavatelů a nebyť tak závislí pouze na jediném.

**Klady:** levný způsob, časově pružné, rychlé navázání kontaktů

**Zápory:** riziko podvodu, riziko špatné kvality, riziko nestabilních dodávek

### **Veletrhy**

Pro velké firmy a větší investice je vhodné navštívit tematicky zaměřené veletrhy. Probíhají v obdobích jara a podzimu. Známé veletrhy a veletržní místa se nacházejí v Hong Kongu a Guangzhou. S ohledem na jejich velikost je nutné vyčlenit si více dní. Dobrým způsobem je navázání osobních kontaktů. Smysl má i návštěva samotné fabriky a to z důvodu ověření, zda je výrobce skutečně výrobcem nebo pouhým překupníkem. Důležité jsou také podmínky výroby.

**Klady:** osobní setkání, větší důvěryhodnost, lepší porovnání výrobků

**Zápory:** náklady spojené s cestováním, časová náročnost

## **1.4 Platba**

Nad odeslanými penězi ztrácí podnik kontrolu, proto není od věci mít pro takové případy připravené řízení rizik. Platba samotná v sobě vždy určitou míru rizika nese. Často je platba zaslána dopředu bez výstupní kontroly zboží dovozcem, bez jistoty doručení zásilky a podobně.

**Způsoby plateb:** bankovní převod, platební nebo kreditní karty s možností on-line plateb, platební brány PayPal, Western Union, PayU, GoPay a podobné.



## **Rychlé on-line platby**

Pro menší zásilky, objednávky vzorků, je vhodným způsobem používání platebních brán. Například PayPal umožňuje zaplatit kartou nebo převedenými finančními prostředky z bankovního účtu. Kurz pro převod měny je dražší přibližně o 1 Kč. Takto si PayPal účtuje svůj poplatek za provedenou platbu. Zároveň chrání klienta proti neobdržení zásilky. Pokud nastane problém s doručovanou zásilkou, je zde možnost kontaktovat PayPal a pozastavit vyplacení peněz dodavateli, dokud se spor nevyřeší. Tato doba činí 180 dní ode dne odeslání peněz. Do určité míry se jedná o ochranu kupující strany. Odeslané peníze vidí dodavatel prakticky ihned. Tato platba je velmi jednoduchá a rychlá. Při větších částkách je však tato platba poměrně drahá.

Při nákupech na čínských e-shopech lze využít jejich platební bránu. Ta chrání kupující stranu až do potvrzení přijetí zásilky. Po obdržení zboží, které je v pořádku a odpovídá popisu, kupující strana potvrdí přijetí zásilky a teprve tehdy jsou peníze poukázány prodejci. V opačném případě je možné otevřít spor a problém řešit. Tato služba dobře funguje a zvyšuje důvěryhodnost nákupů na těchto e-shopech. Autorizace platby proběhne v řádu desítek minut.

## **Bankovní převod**

Platba bankovním převodem je nečastějším způsobem zahraniční platby za nákup zboží. Bankovní účet umožňuje nákup cizích měn (např. KB eTrading). Zde se generuje aktuální kurz pro směnu. Nákup cizí měny je obvykle zpoplatněn. Převod peněz do Číny trvá obvykle do 4 pracovních dní.

## **1.5 Přeprava**

### **Door to door**

Čínské e-shopy lákají na tzv. free shipping neboli na přepravu zdarma. Ve skutečnosti je cena započítaná v samotném produktu. Využívá se pro přepravu malých a lehkých zásilek. Zásilka je přepravena letecky do ČR, kde podléhá kontrole celního úřadu. Pokud hodnota zásilky nepřekročí zmíněné limity, přebírá ji přepravce k následnému doručení.

Název přepravce: China Post Air Mail, HongKong post, Singapor post

Doba doručení: obvykle 25-35 dní

### **Kurýr**

Přeprava pomocí kurýrní služby je velmi rychlá, avšak také drahá. Cena přepravy je počítána podle koeficientu přepravní společnosti a záleží, zda převažuje objem nebo hmotnost. Po dobu přepravy je možné sledovat pohyb zásilky a zjistit, v jakém místě se právě nachází. Zásilka je přepravena letecky a dále k zákazníkovi ji přepravuje stejná přepravní společnost.

Název přepravce: DHL, TNT, Fedex

Doba doručení: obvykle 3-7 pracovních dní

### **Námořní kontejnerová přeprava - celokontejnery**

Je vhodná pro přepravu objemných zásilek. Připravený kontejner je naloděn v nejbližším přístavu dodavatele a odeslán do přístavu určení. Pro ČR je to obvykle Hamburg. Používají se parity FOB, CIF, s ohledem na odpovědnost za zasílané zboží. To podléhá předešlé domluvě mezi dodavatelem a odběratelem.

Název přepravce: Maersk, Čechofracht, DSV

Doba doručení: obvykle 5-6 týdnů

### **Námořní sdílená kontejnerová přeprava – sběrné kontejnery**

Je možné pronajmout jen část kontejneru. To je výhodné pro přepravu objemnějších a těžších zásilek, jejichž přeprava se takto stane levnější než u kurýrní služby, a to bez nutnosti vytížit celý kontejner.

Název přepravce: Schenker, Dachser, Pelmi

Doba doručení: obvykle 5-6 týdnů

### **Vlaková kontejnerová přeprava – celokontejnery i sběrné kontejnery**

Tato přeprava je přibližně dvakrát rychlejší než standartní námořní kontejnerová přeprava. Oproti kurýrní službě je až 4x levnější. Umí fungovat i v režimu door to door a je také ekologičtější než přeprava lodí.

Doba doručení: 20-25 dnů



Zdroj: Vlaková kontejnerová přeprava: SCHENKER. [online]. Dostupné z: <http://www.logistics.dbschenker.cz/log-cz-cz/produkty-sluzby/zeleznicni-preprava/prime-vlaky-z-Ciny.html>

***Obr. III Vlaková kontejnerová přeprava z Číny do EU***

## **2 Praktická část, případová studie firmy E-lektron s.r.o.**

Tato část práce pojednává o jednotlivých rizicích vycházejících z přípravy dovozu zboží z Číny. Jsou zde sepsána rizika, která jsem v praxi řešil, a zároveň jsou doplněna o opatření, která jim pomohou předcházet.

### ***Jednotlivé kroky dovozu***

- hledání správného dodavatele
- vyjednávání o ceně
- bezpečnost plateb a komunikace
- skladování, zásoby, balení
- udržení kvality

### **Seznámení s podnikem E-lektron s.r.o.**

Podnik E-lektron s.r.o. se rozhodl dovážet drobné počítačové periferie. Jedná se především o herní počítačové myši. Je to nový podnik s mladým kolektivem spolupracovníků, kteří hledají toho nejvhodnějšího dodavatele.

Jako kritéria si zvolili cenu, design a kvalitu. Rozhodli se najít dodavatele v Číně. Předem si zmapovali trh a mají vybrané produkty ke koupi. Nemají žádné předchozí zkušenosti ani doporučení, proto zvolili variantu hledání dodavatele po internetu. Rozpočet na první objednávku je 10 tisíc dolarů, které získali jako výhru z grantového programu. Z této částky chtějí hradit nákup produktů, jejich přepravu až do sídla firmy a poplatky spojené s celním řízením. Jedná se o tým 5 lidí, kteří se všichni podílejí na vedení společnosti a rozhodují stejným hlasovacím právem

Cílem firmy je prodej zboží prostřednictvím slevových portálů a e-shopu.

Jejich zkušenosti jsou v oblasti vývoje webů, marketingu a prodeje.

## 2.1 Hledání správného dodavatele

Firma se dočetla z internetových recenzí o stránce alibaba.com, přes kterou se rozhodla kontaktovat možné dodavatele.

Zjistili, že je mnoho firem nabízejících počítačovou elektroniku. Vybrali 20 dodavatelů, kteří je zaujali. Oslovili je poptávkovým formulářem.

Šestnáct firem jim odpovědělo během prvního dne se zprávou, že požadavky splňují. Firma obdržela mnoho katalogů a cenových nabídek na email.

Komunikace se stala velmi nepřehlednou a bylo těžké se v ní orientovat.

Nabízené ceny počítačových myši všech dodavatelů byly v rozmezí od 1.30 USD do 16.10 USD, některé měly stejný design, jiné se lišily.

Deset dodavatelů tvrdilo, že jejich fabrika tyto myši přímo vyrábí. Tři dodavatelé jim nabídli umístění firemního loga na produkt a s nimi se firma rozhodla komunikovat dále.

**Rizika:** Většina dodavatelů tvrdí, že produkty vyrábí ve své fabrice. V mnoha případech však nejsou reprezentanty konkrétní fabрики, ale pouze překupníky. Překupníci mohou být levnějšími dodavateli, ale není zde záruka, že spolupráce bude dlouhodobá. Je známo mnoho případů, kdy nespolehlivý dodavatel přestane komunikovat. Malá přehlednost komunikace je hrozbou v nedorozumění a vytvoření chybné domněnky.

**Řešení managementu** - Formální nabídky jsou zasílány na e-mail a patřiční dodavatelé jsou dobře označeni. Firma si vede poznámky ke každému dodavateli a uchovává informace týkající se objednávky. Pro běžné jednání o produktech firma využívala Skype, Viber, WhatsApp a docílila tak pružné komunikace, lehkého sdílení obrázků a dokumentů. Firma vypracovala analýzu, zjišťovala historii dodavatelů a jejich reference po internetu. Zároveň požádala dodavatele o ukázkou firemního zázemí prostřednictvím videa na Skypu, na jehož základě potenciální dodavatele ohodnotila.

## 2.2 Vyjednávání o ceně

Firma vybrala důvěryhodného dodavatele, který je schopen splnit všechny nároky a dodat požadované zboží. Takový je předpoklad ze získaných úsudků. Firma si zajistila vzorky včetně firemního potisku.

Chtěla objednat 3 typy produktů A B a C ve 3 cenových kategoriích. Tyto produkty se lišily technickými parametry.

Produkt A musí být laciný, firma je ochotna zaplatit za něj maximálně 1.80 USD/ks. Jedná se o obyčejnou řadu běžných počítačových myší v různých barevných variantách. Dodavatel nabídl cenu 1.69 USD/ks.

Produkty B jsou pohodlně tvarované myši dobré kvality určené pro běžné kancelářské použití. Představa o nákupní ceně je 4.00 USD/ks. Dodavatel nabídl cenu 5.00 USD/ks

Produkty C jsou profi herní myši pro počítačové hráče. Představa nákupní ceny je 10 USD/ks. Dodavatel nabídl cenu 15.80 USD/ks

Firma objednala vzorky a provedla testování. Vybrala skupinu uživatelů pro každý typ myši a porovnávala vlastní produkt proti značkovým konkurentům.

Dle příchozích vzorků zaměstnanci firmy zjistili, že produkt A je za danou cenu vyhovující. Produkt B je lepší kvality než čekali a jsou ochotni za tuto myš připlatit. Produkt C by měl být jejich hlavním produktem, ale jeho cena je výrazně vyšší, než očekávali. Kvalita a provedení jsou velmi dobré, cena je vyšší o 58 %.

**Rizika:** Přílišný tlak na cenu se projeví v kvalitě produktu. Ilustrativní obrázky jsou stejné, materiály odlišné. Nízká kvalita je rizikem poruchovosti, vysoká cena je rizikem v konkurenceschopnosti. Riziko je platba bez oficiálního prostředníka nebo platba 100 % částky předem.

**Řešení managementu:** Firma se rozhodla kombinovat více dodavatelů, porovnat více vzorků a vybrat správné produkty s ohledem na cenu. Firma upřednostnila dodavatele s lepší poskytovanou kvalitou služeb a komunikace, ačkoli byl tento dodavatel dražší.

### 2.3 Bezpečnost komunikace a plateb

Cenu se po dlouhém vyjednávání podařilo vyjednat tak, aby ji akceptovaly obě strany.

Firma obdržela zálohovou fakturu s požadavkem zaplatit vše předem. Ponechala si čas na prostudování a provedení platby. Jelikož chtěla platit co nejnižší poplatky, domluvila se s druhou stranou na bankovním převodu.

Nic nebránilo platbě, jež byla přesně definována na zálohové faktuře.

Večer však přišla zpráva z emailu jejich dodavatele s požadavkem, aby firma platbu poukázala na jiný bankovní účet s odůvodněním, že dodavatelova současná banka má potíže s přijímáním zahraničních plateb. Email vypadal důvěryhodně, byl odeslán ze stejné adresy jako jiné příchozí zprávy. Změna platebních podmínek byla nepodložená.

Druhý den se zaměstnanci firmy správně rozhodli zavolat do kanceláře dodavatele a zeptat se na zprávu z předešlého dne. Byl velmi překvapen a nic o ní nevěděl. Přeposlali mu ji a on důrazně popřel změnu platebních podmínek.

Do počítače jejich dodavatele se dostal hacker, který jeho jménem rozeslal zprávy jeho odběratelům. Platba na základě této falešné zprávy nebyla neprovedena a tím bylo zabráněno ztrátě investovaných prostředků.

**Rizika:** Komunikace a poskytování citlivých informací jsou na internetu stálou hrozbou. Je nezbytné prověřovat všechna tvrzení a zejména změny ve financích. Čína je v hackerských útocích na předních místech. Dalším nebezpečím jsou různá nedorozumění způsobená odlišnou úrovní zprostředkovacího jazyka. Nedorozumění při platbě může být drahé. Problém může nastat i v nepřesném překladu při specifikaci objednávky a jejích součástí.

**Řešení managementu:** Citlivé informace jako čísla účtů, částky, kontakty apod. firma zakázala posílat skrze obyčejné zprávy v emailu. Nakázala takové zprávy zasílat v příloze ve formátu PDF. Pro případ nedorozumění firma zaslala výrobci rekapitulační zprávu se všemi body, na kterých se obě strany shodly.

## 2.4 Skladování, zásoby, správné balení

Zboží konečně dorazilo do firemního skladu. Po dlouhých přípravách může firma konečně začít s prodejem. Ziskovost produktů, která vychází z jejich předpokládané nákupní ceny bez rezervy, je stanovena v průměru na 60 %.

Po otevření první krabice zaměstnanci zjistili, že produkt je balen v nevyhovujících obalech. Loga na produktech jsou dle domluvy, jinak chybí jakékoli informace uvedené na balení. Certifikát CE, prohlášení o shodě RoHS a symbol ekologické likvidace chyběl. Chybně předpokládali, že produkty budou baleny ve stejných blistrech jako původní vzorky. Připravené štítky s údaji a návodem jsou nepoužitelné.

Po uvedení zboží na trh se ukázalo, že produkt C je prakticky neprodejný. Firma zaplatila za nákup o 58 % více, než bylo původně v plánu. To je zjevná chyba, protože se v důsledku časového tlaku společníci rozhodli bez jakékoli předchozí analýzy. Ačkoli byl produkt kvalitnější, než požadovali, jeho cena byla příliš vysoká. V okamžiku, kdy zvažovali nákup zboží, neměli srovnání s jinými prodejci a také je čekal vícenásobný vynaložený náklad na tvorbu obalů. Po zahájení prodeje se objevil jiný dovozce s konkurenčním produktem. Ten uvedl na trh s cenou, která byla pro podnik E-lektron na hraně ziskovosti.

**Rizika:** Vedení skladu a skladování velkého objemu zboží je riziko. Málo likvidní zboží váže velké množství kapitálu. Vstup jiné konkurence, novější technologie nebo kurzové změny mohou způsobit, že za dané ceny bude zboží jen velmi obtížně prodejné. Balení produktu také podléhá domluvě a kontrole, zvláště jsou-li v cizině tisknuty obalové materiály. Je třeba ohlídat legislativní náležitosti jako návod k obsluze v českém jazyce, certifikáty umožňující prodej, prohlášení o shodě, vyobrazení symbolů na etiketě, ekologický poplatek vztahující se k produktu, zařazení firmy do takového systému atp.



**Řešení managementu:** Firma se rozhodla vytvořit vlastní obaly, což je pro ně neočekávaný náklad. Naučili se pružně řešit logistiku a vést menší skladové zásoby s větší flexibilitou. Rozhodli se dosahovat menší ziskovosti a zboží objednávat v menších dávkách. Méně vázaného kapitálu dává větší prostor pro využití prostředků v jiných oblastech.

## 2.5 Udržení kvality

Firma již delší dobu prodává své zboží. Strategie prodeje je úspěšná, počet reklamací je do 4 % a nijak neohrožuje stabilitu podniku.

Problém je pouze u produktu C, který se ekonomicky nevyplácí.

Podnik se musel rozhodnout, zda produkt C vyřadit. Za danou cenu není konkurenceschopný.

Dodavatel po dlouhém vyjednávání a nátlaku odsouhlasil nižší cenu, kterou stanovil na 9.90USD/ks. Firma se tedy zboží rozhodla nakoupit znovu.

Když dorazilo do skladu, zpracování produktu C bylo odlišné od přechozí objednávky. Následný prodej ukázal, že jeho poruchovost se ztrojnásobila. Zvýšení zisku na produktu C se projevilo jen krátkodobě, neboť narostl počet reklamací a nákladů spojených s jejím vyřízením.

**Rizika:** Absence kontroly výstupní kvality produktu je veliké riziko. V průběhu spolupráce s čínskou stranou může bez odůvodnění dojít k poklesu kvality. Přílišný tlak na cenu bude doprovázen poklesem kvality materiálů a komponentů. Pokles kvality podnik zjistí až při prodeji. Při sporu u doručené dodávky je v případě málo spolehlivého dodavatele riziko, že přestane komunikovat.

**Řešení managementu:** Firma stanovila cíl najít důvěryhodný kontakt, který by zodpovídal za výstupní kvalitu. Produkt C chce vyprodat a hledat jeho ekonomicky výhodnou a kvalitní náhradu, zůstat na trhu. Vedení chce navštívit výrobu čínského dodavatele a vyjednat s ním lepší podmínky plateb a zodpovědností a upevnit tak vzájemné vztahy.

## Závěr

Tato práce popisuje smyšlenou, nově vzniklou firmu s mladým kolektivem nezkušených kolegů. Vrhli se do oblasti podnikání, se kterou nemají předchozí zkušenosti. Práce popisuje zjednodušené situace vznikajících rizik při dovozu zboží. Případová studie je rozdělena do etap tak, jak byly firmou postupně řešeny.

Zkušení manažeři by provedli rozsáhlou analýzu každé etapy zvlášť. Vhodným způsobem by řídili svá rizika. Tato práce modelová rizika neměří a neporovnává. Smyslem je vystihnout každou etapu zvlášť a touto formou na ně upozornit.

Už zvolená kritéria jako cena, design a kvalita jsou abstrakcí pro výběr produktu k dovozu. Tyto složky jdou vždy proti sobě. Kvalita ovlivňuje cenu, snaha dosáhnout poutavého designu může mít vliv na celkovou použitelnost. Bylo by vhodné zařadit více kritérií jako například doba dodání, kvalita služeb, uplatnitelnost reklamací, ziskovost, konkurenci atp.

Obchodování s Čínou je obvykle chápáno jako důvod k dosažení co nejnižších pořizovacích nákladů. Nákupní cena zboží je jen částí, do které vstupují přepravní náklady, celní a jiné poplatky. Tato strategie je tedy vhodná především pro podniky s velkým objemem objednávek, které lze cenově modelovat převážně z přepravních nákladů, skladování a podobně. Naše modelová firma zvolila investici ve výši 10 tisíc dolarů, což v praxi obyčejně nevytíží ani jeden 20ft kontejner.

Pro dlouhodobou spolupráci s čínskou stranou je nezbytné navštívit její výrobní prostory a firemní zázemí. V případové studii firma zvolila dodavatele výběrovým řízením „on-line“ a právě zde vzniká největší míra rizika. V zásadě je to velká chyba, firma by s takto omezeným rozpočtem na trh vstupovat vůbec neměla, protože není schopná tato rizika řídit. Jejich plán navštívit dodavatele přichází až ve chvíli, kdy nad svými finančními prostředky fakticky ztrácejí kontrolu. Pokud se spoléhají na vzorky a nevědí, kdo jim je zasílá, nemají jistotu, že dodávka zboží bude ve stejné kvalitě, nebo zda vůbec dorazí. Firma se snažila za daných investičních možností vybrat nejvhodnějšího dodavatele a udržitelnost kvality brala jako vstupní podnikatelské riziko.

Při výběru produktů A, B, C společníci zkoumali kvalitu produktu s ohledem na cenu, kterou měli na základě strategie určenou. V určité chvíli podlehli tlaku a odsouhlasili 2 produkty, které měly vyšší nákupní cenu, než stanovený plán. Bez jakékoli další analýzy tyto produkty nakoupili. Produkt B byl dražší jen nepatrně a tak snížili svou míru ziskovosti, na druhou stranu produkt C byl za daných podmínek naprosto nekonkurenceschopný. Přesto k této chybě došlo a podnik zboží nakoupil. Je zjevné, že se jedná o nezkušenou firmu, neboť počítá s rezervami na případné kurzové rozdíly nebo jakékoli neočekávané vícenáklady.

V závislosti na relativně nízkém objemu objednávky měla firma malou vyjednávací pozici pro stanovení plateb. Z tohoto důvodu byla nucena přistoupit na podmínky platby v plné výši předem. Zde se podnik dostává do rizika, protože ve chvíli, kdy odesílá peníze novému a neznámému dodavateli, ztrácí kontrolu nad svými finančními prostředky a to bez jakéhokoli jištění.

Případová studie také zmiňuje případ, kdy skrze emailovou komunikaci byly doručeny nehodnověrné informace o změně platebních podmínek. Tak se projevuje riziko spolupráce s dodavatelem komunikujícím výhradně po internetu. Podobná situace může nastat i u dodavatele, se kterým firma již dříve spolupracovala. Jakékoli citlivé informace a jejich změny je třeba řádně prověřit.

Naše firma měla štěstí, protože objednané zboží obdržela. Bylo by tedy vhodné začít s prodejem. V tomto bodě vzniká neočekávaný problém. Po doručení zboží byly zjištěny nedostatky v balení produktu. Tato chyba vznikla z důvodu různé úrovně znalosti anglického jazyka a špatné specifikace požadavků na balení. Firma musela vytvořit vhodné obaly označené patřičnými certifikáty a vložit do každého obalu český návod. Produkt by se stal ztrátovým.

Pro firmu bylo vytvoření nových obalů neočekávaným vícenákladem a oddálením vstupu na trh. Prakticky ihned bylo zjištěno, že produkt C je cenově nekonkurenceschopný a bude muset být dotován. Nejvíce očekávaný produkt je o více než 50 % dražší než v původním plánu. Zásoby vážnou na skladě a časem

se znehodnocují. Firma byla nucena začít produkt C vyprodávat pod cenou, aby uvolnila vázaný kapitál.

Výprodej skladu směřuje k další objednávce z Číny. Firma se musí rozhodnout, zda produkt C vyřadit nebo nahradit.

Jelikož zboží se na trhu osvědčilo, proběhlo jednání s dodavatelem o ceně. Po značném nátlaku dodavatel nabídl cenu, kterou byl podnik schopen akceptovat. Došlo k opětovnému nákupu a to bez kontroly vzorků. Předpoklad, že produkt bude stejný jako ten předchozí, byl chybný. Dodavatel obdržel produkt, který vypadal velmi podobně, ale materiály a součástky, které byly použity, byly na první pohled velmi laciné.

Pokud chce firma v budoucnu úspěšně investovat, musí bezpodmínečně zajistit kontrolu výstupní kvality, zlepšit komunikaci v týmu a podniknout cestu na veletrh. Firma má problém s kontrolovaním svých procesů. Pokud je rozpočet velmi omezený, není prostor pro chyby, kterých se E-lektron dopustil několik.

Firma by také měla zvážit, zda nenajde lepšího dodavatele zde v Evropě. Je těžké dosáhnout nízkých cen při nákupech v malém objemu. Nákup velkého objemu klade na nový podnik nároky na tvorbu velké distribuční sítě, což je bez předchozích zkušeností nemožné. Je to obvykle dlouhodobý proces.

## Seznam literatury

- Zdroj: Český statistický úřad: ČSÚ. [online]. Dostupné z <http://www.czso.cz>
- Zdroj: DHL: Logistika. [online]. Dostupné z <http://www.dhl.cz/cs/logistika.html>
- Zdroj: TNT: Převážní podmínky. [online]. Dostupné z [http://www.tnt.com/content/express/cs\\_cz/site/terms\\_and\\_conditions.html](http://www.tnt.com/content/express/cs_cz/site/terms_and_conditions.html)
- Zdroj: Fedex: Služby pro oblast Asie. [online]. Dostupné z [http://business-shipping.com/content/index.php?display=services\\_asia&puc=&accesscode=&source=direct&countrycode=czcs](http://business-shipping.com/content/index.php?display=services_asia&puc=&accesscode=&source=direct&countrycode=czcs)
- Zdroj: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/legislativa/Stranky/legislativa-zakladni-informace.aspx>
- Zdroj: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/odbavovani-postovnich-zasilek/Stranky/default.aspx>
- Zdroj: Nový občanský zákoník 2014. s. 50. ISBN 978-80-7208-920-8.
- Zdroj: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/e-customs/eori/Stranky/default.aspx>
- Zdroj: Pravidla INCOTERMS 2010: Zdroj: Mezinárodní obchodní komora ČR. [online]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prezentace-incoterms-2010-27735.html#!>
- Zdroj: INCOTERMS 2010: EX Works. [online]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prezentace-incoterms-2010-27735.html#!&chapter=5>
- Zdroj: INCOTERMS 2010: Free On Board. [online]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prezentace-incoterms-2010-27735.html#!&chapter=13>
- Zdroj: <http://www.kurzy.cz/kurzy-men/historie/USD-americky-dolar/>
- Zdroj: Graf vývoje kurzu USD/CZK: interval 24.3.2014-23.3.2015. [online]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/kurzy-men/grafy/CZK-USD/>
- Zdroj: Vlaková kontejnerová přeprava: SCHENKER. [online]. Dostupné z: <http://www.logistics.dbschenker.cz/loq-cz-cz/produkty-sluzby/zeleznicni-preprava/prime-vlaky-z-Ciny.html>

## ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Jan Rohan		
STUDIJNÍ OBOR	6208R087 Podniková ekonomika a management obchodu		
NÁZEV PRÁCE	<b>Analýza rizikových aspektů logistiky z Číny do České republiky</b>		
VEDOUCÍ PRÁCE	Ing. Roman Maroušek, Ph.D.		
KATEDRA	KLRK - Katedra logistiky a řízení kvality	ROK ODEVZDÁNÍ	2015
POČET STRAN	32		
POČET OBRÁZKŮ	3		
POČET TABULEK	1		
POČET PŘÍLOH	0		
STRUČNÝ POPIS	<p>Cílem práce je úvod do logistiky zboží z Číny do České republiky a analýza možných rizik společně s návrhem na jejich řešení a eliminaci.</p> <p>1. Teoretická část: Úvod do problematiky obchodní logistiky přepravy zboží z Číny. Vysvětlení pojmů - právní forma, právní povinnosti, výběr dodavatele, platba, přeprava. 2. Praktická část: Forma případové studie podniku, který řeší problémy a rizika spojená s jednotlivými dílčími kroky dovozu. Návrh na opatření a eliminaci rizik.</p> <p>Výstupem je práce, která pomůže nahlédnout do procesu dovozu zboží a upozornit na možná rizika.</p>		

<b>KLÍČOVÁ SLOVA</b>	Logistika, Přeprava zboží, Dovoz zboží z Číny
<b>PRÁCE OBSAHUJE UTAJENÉ ČÁSTI: Ne</b>	

## ANNOTATION

<b>AUTHOR</b>	Jan Rohan		
<b>FIELD</b>	6208R087 Business Management and Sales		
<b>THESIS TITLE</b>	Analysis of Risk aspects in logistics from China to the Czech Republic		
<b>SUPERVISOR</b>	Ing. Roman Maroušek, Ph.D.		
<b>DEPARTMENT</b>	KLRK - Department of Logistics and Quality Management	<b>YEAR</b>	2015
<b>NUMBER OF PAGES</b>			
	32		
<b>NUMBER OF PICTURES</b>			
	3		
<b>NUMBER OF TABLES</b>			
	1		
<b>NUMBER OF APPENDICES</b>			
	0		
<b>SUMMARY</b>	<p>The aim is to acquaint with the logistics of goods from China to the Czech Republic and analyze possible risks, along with a proposal to address and eliminate them.</p> <p>1. The theoretical part: Introduction to business logistics for transport of goods from China. Explanation of terms - the Legal form, the Legal obligation, the Vendor selection, the Payment and the Transport.</p> <p>2. The practical part: a case study focused on company that solves problems and risks associated with individual partial steps of imports. Draft measures and risk elimination.</p>		

	<p>The outcome is a thesis that could help to show the process of importing goods and show up the potential risks.</p>
<p><b>KEY WORDS</b></p>	<p>Logistics, transportation of goods, imports of goods from China</p>
<p><b>THIS INCLUDES UNDISCLOSED PARTS: No</b></p>	